

بالإضافة إلى تحسين تجربة المستخدم (UX) إجمالاً. في مجال كتابة تجربة المستخدم (UX Writing) كلمة واحدة قد تُحدث فرقاً كبيراً. وعملية تحسين واجهة المستخدم (UI) تتضمن بداخلها تلك الكلمات والجُمْل والنصوص الموجودة في صفحات الموقع أو المنتج. ونظراً لأن العديد من الشركات الآن باتت تدرك أهمية الكلمات والجُمْل والنصوص الموجودة على موقع ما ودورها في نجاحه فإن مجال كتابة تجربة المستخدم أصبح واحداً من الأركان الرئيسية ضمن عملية تصميم تجربة المستخدم من خلال دوره الفعّال في منع حدوث ارتباك أو تشتت لدى المستخدم والعمل على خلق تجربة استخدام سلسة وممتعة. ولكن كيف يتعامل خبراء هذا المجال الواعد وما هي الأساليب والنصائح التي يطبقونها لتحقيق كتابة تجربة مستخدم جيّدة؟ في هذه المقالة يكشف خبراء كُتّاب تجربة المستخدم (UX Writers) ومصمّمي المحتوى عن أفضل 10 نصائح لصناعة محتوى فعّال في كتابة تجربة المستخدم. تشدّد (Andrea Drugay)، مديرة قسم النصوص المُصَغّرة في تطبيق (Slack)، وما الإجراء الذي تريدهم أن يتخذوه بعد أن ينتهوا من قراءة نصوصك. وتشرح قائلة: وعندما يقوم باتخاذ الإجراء المطلوب هل تتطابق النصوص التي ستظهر على الشاشة مع ما تم وضعه داخل أزرار اتخاذ الإجراء (CTAs)؟ ثم تختتم نصيحته بالإشارة إلى أنه بمجرد أن تكون واضحاً بشأن الإجراء الواجب على المستخدم اتخاذه سيصبح من الأسهل بشكل كبير التوصل إلى اللغة والنبرة المُناسِبَين لبناء تجربة مستخدم مثالية. 2- كن واضحاً بقدر ما تستطيع (Metts)، مدير تصميم المحادثة في (Allstate) وكبير مهندسي تجربة المستخدم، أن هناك مفهوم شائع وخاطئ بخصوص كتابة تجربة المستخدم وهو أنه يجب عليك استخدام عدد أقل من الكلمات. يواصل قائلاً: يبذل كاتب تجربة المستخدم (UX Writer) كل ما في وسعه لمحاولة تعديل الواجهة الكتابية لكي تشغل مساحة أقل مما يساعد المستخدمين على إنجاز المهام بشكل أسرع. هذا سيساعدهم على الشعور براحة أكبر مقارنة بمجرد طلبها دون إيضاح السبب. 3- تجنب الأخطاء وقم بشرحها وحلها عندما تعمل على حالة خطأ، يوصي مايكل بالتفكير على ثلاثة مراحل: الشرح: إذا لم تتمكن من تجنب الخطأ فتأكد من شرح ما يحدث. البحث عن الحل: قم بإيجاد حل للخطأ من خلال مساعدة المستخدم على إتمام ما كان يفعله. واطرح على نفسك أسئلة بخصوص مساعدة المستخدم على مواصلة رحلته داخل المنتج/الموقع. على سبيل المثال: إذا كان المستخدم يحاول تحميل ملف ما ولكن حجم الملف قد تجاوز الحد المسموح به فساعده على معرفة كيف يمكنه تقليل حجم الملف أو قم بإتاحة خيار إرسال الملف إلى بريده الإلكتروني بشكل منفصل. كاتبة تجربة المستخدم لدى صحيفة النيويورك، أن التناسق هو المفتاح عند تصميم أي موقع. فمثلاً إذا استخدمت كلمة "شراء" في موضع ما ثم قمت باستبدالها بكلمة "حجز" في موضع آخر فسيكون من الصعب على المستخدمين فهم صحيح لما هو مطلوب. توضح صوفي أن: "التكرار هو أداة بإمكانك استخدامها لصالحك خاصة بالنسبة للنصوص المُصَغّرة التي تجمع عناصر الصفحة معاً مثل الروابط ومواصفات المنتج وأسعار الخدمات وتكاليف الشحن وما شابه ذلك. كلما كانت الكلمات والجُمْل والنصوص التي تستخدمها متناسقة ومتناغمة كلما قلّ التشويش والارتباك الذي سيواجهه مستخدم موقعك/منتجك. 5- قم بعمل نسخة احتياطية من البيانات هو إلقاء نظرة فاحصة على طبيعة البيانات. يقول: في هذه الحالة قد تحتاج إلى التفكير في توصيل الرسالة بشكل أفضل قليلاً. اختبار المحتوى في كتابة تجربة المستخدم (A/B Testing)، وكذلك تعلّم كيفية استخدام أدوات تحليل البيانات مثل (Google Analytics – Hotjar)، وفي كل مرة تلاحظ فيها خللاً في موضع ما قم بإعادة كتابة وصياغة محتواه. متخصصة في استراتيجية المحتوى، وتضيف قائلة: أحب التفكير في النبرة والصوت على أنهما يقومان بالحديث نيابة عنك عبر المحتوى الخاص بك، فإن تصرّفت بشكل مناسب فبالتأكيد سيرغب المستخدم في قضاء المزيد من الوقت في منتجك. فعلى سبيل المثال: إذا كان المستخدم يشعر بالحيرة بشأن ما يجب عليه فعله بالضبط فقد ترغب في استخدام نبرة مُشجّعة ومُطمئنة. لكن في جميع الأحوال، لا تضحي أبداً بالصوت الخاص بشخصية العلامة التجارية. 7- اختر كلمات مألوفة تتابع لورا نصائحها بضرورة استخدام الكلمات والجُمْل والنصوص المألوفة والتي من السهل أن يتعرّف عليها المستخدم ويفهم منها بوضوح ما هو الإجراء المطلوب منه اتخاذه. اللغة المألوفة تجعل المستخدم يشعر بالارتياح كما أنها تخفف عنه عبء تفسير الكلمات الغامضة وتساعده على مواصلة رحلته داخل المنتج بسلاسة. ولتحقيق ذلك تقترح لورا أن تقوم بقراءة الكلمات والجُمْل والنصوص التي تكتبها بصوت عالٍ لكي تعرف ما إذا كانت كلماتك تبدو آلية أو رسمية زيادة عن اللزوم... إلخ. لذا من المهم جداً أن تنفق الكثير من وقتك أثناء اختيارك للكلمات والعبارات والنصوص. والعمل على بناء دليل أسلوب كتابة المحتوى (Content Style Guide). واختار اللغة التي ستختارها لو كنت تتحدث مع شخص ما على أرض الواقع. 8- تعاطف مع المستخدمين قد يكون من الأسهل بالنسبة لك ترك تلك التفاصيل للفريق القانوني لكن يجب أن يكونوا جزءاً من عملية الكتابة هذه. 9- إختبر من أجل الفهم وليس النقرات فقط على أن مهمّة كُتّاب

تجربة المستخدم ومصممي المحتوى لا تتوقف بمجرد الانتهاء من الكتابة. تقول: صياغة الكلمات هي مجرد جزء واحد فقط من دورك ككاتب تجربة المستخدم. تأتي بعدها مرحلة لا تقل أهمية عن الكتابة وهي مرحلة التأكد من فهم المستخدمين للنصوص المكتوبة وأنها تلبي احتياجاتهم الحقيقية. سيمنحك عمل اختبارات (A/B Testing) إمكانية التعرف على الكلمات والجمل والنصوص التي تناسب المستخدمين. في جميع مراحل إنشاء المحتوى الخاص بكتابة تجربة المستخدم عليك التأكد من أن العبارات والكلمات التي تستعملها ليست مربكة أو تضع المستخدم في حيرة تجعله يفكر فيما ينبغي عليه فعله. كذلك يجب أن تضمن أن المحتوى المكتوب قابل للقراءة بشكل جيد (باستخدام أدوات مجانية مثل Readable). أو القيام باختبار كلوز (Cloze Test). اختبار كلوز (Cloze Test) ويسمى كذلك (اختبار الإغلاق): هو اختبار يتكوّن من نصوص غير مكتملة محذوف منها بعض الكلمات، ويطلب من المشاركين في الاختبار ملء هذه الفراغات بالكلمات المناسبة. يساعد هذا الاختبار كاتب تجربة المستخدم بشكل كبير في اختيار الكلمات والجمل والنصوص الدقيقة التي يتفاعل معها المستخدمين. وتشير كاندي إلى أن الأمر يتعلّق بفعل كل ما في وسعك للتأكد - وليس لمجرد الافتراض أو التخمين - أن المحتوى الخاص بكتابة تجربة المستخدم في مشروعك واضح ومفهوم بدرجة كبيرة. وتؤكد أن ذلك سينعكس بشكل إيجابي كبير على رضا مستخدميك عن المنتج/الموقع. تعمل (Carolina Rayo)، كاتبة تجربة المستخدم لدى (Latam) أكبر شركة طيران في أمريكا الجنوبية، وتعتقد أن على كاتب تجربة المستخدم المشاركة خلال العملية بأكملها. بما في ذلك المناقشات التجارية والتقنية التي قد يكون لها تأثير كبير على التجربة الإجمالية. كثيراً ما نلاحظ عند التقديم على وظيفة كاتب تجربة المستخدم تلك الشروط الوظيفية: الإلمام بقواعد اللغة، مهارات ممتازة في الكتابة والتحرير وغيرها. في بعض الأحيان يتعيّن عليهم شرح قراراتهم ووجهات نظرهم والتمسك بها أمام فرق العمل التي ربما لا تعرف مدى قيمة وأهمية تجربة المستخدم.